

## Pembatasan Hak Eksklusif terhadap Penggunaan Kata Umum dalam Sebuah Merek

**\*Aqila Herdinyanto Sanjaya<sup>1</sup>, Wilma Silalahi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Tarumanagara, Jl. Letjen S. Parman No.1, Jakarta, Indonesia  
aqila.205210015@stu.untar.ac.id

### ABSTRACT

*Technological advances drive the importance of brands as trade identities. Based on Law No. 20 of 2016, brands with generic words are prohibited, but the lack of clarity in the rules creates legal uncertainty. This study examines the legal issue and evaluates the regulations to support fair trademark law in Indonesia. This study applies a normative legal approach method with analytical descriptive research specifications. This approach aims to explain and describe the events that are the focus of the study, which are then analyzed by referring to primary, secondary, and tertiary legal materials. The results of this study are the Restriction of exclusive rights to generic words in brands, as regulated in Article 16 letter f of the Permenkumham Merek 12/2021, preventing monopoly of widely known terms to protect the public interest and support business competition. However, the lack of a clear classification in Law No. 20 of 2016 creates the potential for legal conflicts. Distinctive power remains a key element, which can be obtained through fantasy words, generic words unrelated to the product, or secondary meanings. Clearer guidelines and evaluation of the mechanism of distinctive power are needed for fair and effective application of the law.*

Kemajuan teknologi mendorong pentingnya merek sebagai identitas perdagangan. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, merek dengan kata umum dilarang, namun kurangnya kejelasan aturan menimbulkan ketidakpastian hukum. Penelitian ini mengkaji isu hukum tersebut dan mengevaluasi regulasi untuk mendukung hukum merek yang adil di Indonesia. Penelitian ini menerapkan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Pendekatan ini bertujuan untuk memaparkan dan menggambarkan peristiwa yang menjadi fokus kajian, yang kemudian dianalisis dengan mengacu pada bahan hukum primer, sekunder, serta tersier. Hasil dari penelitian ini yakni Pembatasan hak eksklusif atas kata umum dalam merek, seperti diatur dalam Pasal 16 huruf f Permenkumham Merek 12/2021, mencegah monopoli istilah yang telah dikenal luas untuk melindungi kepentingan publik dan mendukung persaingan usaha. Namun, kurangnya klasifikasi tegas dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 menciptakan potensi konflik hukum. Daya pembeda tetap menjadi elemen kunci, yang dapat diperoleh melalui kata fantasi, kata umum yang tidak terkait dengan produk, atau makna sekunder. Pedoman yang lebih jelas dan evaluasi mekanisme daya pembeda diperlukan untuk penerapan hukum yang adil dan efektif.

**Kata Kunci:** Merek, Hak Eksklusif, Penggunaan Kata.

## **A. PENDAHULUAN**

Di era globalisasi, kemajuan teknologi digital berkembang dengan sangat pesat, membawa berbagai kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu aspek yang turut mendorong perkembangan ekonomi di Indonesia adalah keberadaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Kehadiran teknologi modern telah memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan HKI, yang semakin berperan dalam menunjang kehidupan dan kemajuan peradaban manusia (Sulasno, 2015).

Pada dinamika yang terus berubah, layanan digital yang berkembang seiring dengan hukum kekayaan intelektual menjadi semakin penting di pasar global. Regulasi serta praktik lisensi juga semakin beragam, meskipun dalam penerapannya seringkali belum mencapai keseimbangan. HKI sendiri merupakan hak yang terkait dengan kepemilikan atas kekayaan yang berasal dari hasil karya manusia, baik itu dari hasil pemikiran maupun nalar (Sari, 2009).

Seiring dengan munculnya hak-hak dalam lingkup HKI, diperlukan jaminan perlindungan hukum yang memadai bagi para pemegang hak atas kekayaan intelektual tersebut. Perlindungan hukum ini bertujuan untuk memberikan motivasi kepada para pencipta dalam menciptakan karya baru serta mencegah terjadinya penyalahgunaan atas hasil karya mereka. Kekayaan intelektual memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan, didaur ulang, dimodifikasi, atau direproduksi, sehingga menjadi salah satu pilar penting dalam kemajuan teknologi dan ekonomi (Sinal et al., 2023).

Jenis Hak Kekayaan Intelektual yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Merek. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek didefinisikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi (2D) dan/atau tiga dimensi (3D), suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut. Tanda ini berfungsi untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh individu atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek termasuk dalam kategori kekayaan intelektual, yang merupakan hasil dari upaya manusia—baik berupa pemikiran, waktu, tenaga, maupun biaya—yang menghasilkan nilai ekonomi serta manfaat bagi masyarakat. Secara mendasar, merek berperan sebagai identitas untuk membedakan asal barang dan/atau jasa suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, sehingga merek harus memiliki daya pembeda yang unik untuk meningkatkan nilai jual produk (Rojo, 2022).

Keberadaan merek memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat. Misalnya, produk dengan merek terkenal cenderung lebih mudah dikenal dan mampu meningkatkan minat beli konsumen. Sebaliknya, jika suatu merek tidak memiliki daya pembeda yang unik, nilai jual produk tersebut akan menurun, dan konsumen tidak akan tertarik membeli produk tersebut. Hal ini juga berpotensi menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Merek juga berfungsi sebagai aset keuangan penting bagi pemiliknya, karena mampu memberikan keuntungan yang besar.

Oleh sebab itu, merek dagang memiliki peran signifikan yang berkaitan erat dengan perlindungan hukum atas hak-hak individu atau badan hukum (Rahmatullah, 2015).

Pasal 20 dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur mengenai merek-merek yang tidak dapat didaftarkan. Salah satu ketentuannya, sebagaimana tercantum dalam Pasal 20 huruf f, menyatakan bahwa "Merek tidak dapat didaftarkan jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum." Meskipun aturan ini telah jelas menyatakan larangan pendaftaran kata-kata umum sebagai merek, masih ditemukan banyak kasus penggunaan kata umum sebagai merek di Indonesia. Hal ini menunjukkan kurangnya kejelasan dalam menetapkan parameter penggunaan kata umum yang dapat diterima dalam proses pendaftaran merek. Ketidakjelasan norma hukum ini menimbulkan ketidakpastian hukum di tengah masyarakat.

Penggunaan kata umum dalam merek berpotensi mengganggu prinsip kesetaraan di pasar, di mana kata tersebut tidak lagi dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha lain. Hal ini dapat menghambat inovasi, menimbulkan ketidakadilan, dan menciptakan ketidakpastian hukum bagi masyarakat. Di sisi lain, masih terdapat ketidakjelasan dalam penentuan parameter atau batasan kata umum yang tidak boleh didaftarkan sebagai merek, sehingga memberikan ruang bagi interpretasi yang berbeda dalam penerapannya.

Oleh karena itu, pembatasan hak eksklusif terhadap penggunaan kata umum dalam sebuah merek menjadi isu yang penting untuk dikaji. Penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan hukum yang timbul terkait penggunaan kata umum dalam pendaftaran merek, serta mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada dalam memberikan perlindungan hukum yang adil bagi semua pihak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum merek di Indonesia serta mendorong terciptanya praktik bisnis yang sehat dan berkeadilan.

## **B. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi deskriptif-analitis. Pendekatan yuridis normatif digunakan untuk mengkaji peraturan perundang-undangan dan norma hukum yang berlaku sebagai dasar dalam menganalisis isu hukum yang menjadi objek penelitian. Spesifikasi deskriptif-analitis bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis peristiwa hukum yang diteliti, kemudian menganalisisnya berdasarkan ketentuan hukum yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), bahan hukum sekunder (literatur hukum, jurnal, buku, dan pendapat ahli), serta bahan hukum tersier (kamus hukum dan ensiklopedia). Seluruh data dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif yuridis, yaitu dengan menafsirkan isi peraturan hukum

secara logis dan sistematis guna memperoleh kesimpulan hukum yang tepat (Ismoyo, 2019).

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pasal 16 huruf f dalam Permenkumham Merek 12/2021 memberikan pembatasan tegas untuk mencegah monopoli penggunaan nama atau lambang umum dalam pendaftaran merek dagang. Ketentuan ini bertujuan melindungi kepentingan publik agar istilah atau lambang yang telah menjadi milik bersama tidak digunakan secara eksklusif oleh satu pihak. Penggunaan nama atau lambang umum sebagai merek dapat menimbulkan ketidakadilan, karena menghambat pelaku usaha lain dalam memanfaatkan istilah yang sebenarnya bersifat generik dan sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

Larangan ini sejalan dengan prinsip dasar hukum merek, yaitu memastikan bahwa merek memiliki daya pembeda yang jelas untuk mengidentifikasi asal barang atau jasa tertentu. Jika merek menggunakan kata umum, identitas produk dapat menjadi kabur, sehingga sulit membedakan satu produk dari produk lainnya di pasar. Hal ini dapat merugikan konsumen, yang mungkin kesulitan mengenali produk berdasarkan merek, serta merugikan pelaku usaha lain yang tidak dapat menggunakan istilah serupa yang relevan dengan produk mereka.

Namun, penerapan ketentuan ini memerlukan kriteria yang jelas mengenai apa yang dimaksud dengan nama atau lambang umum. Tanpa definisi atau parameter yang terukur, potensi perbedaan interpretasi dapat muncul, baik dalam proses pendaftaran maupun dalam penyelesaian sengketa merek. Hal ini dapat menciptakan ketidakpastian hukum, terutama bagi pelaku usaha yang ingin mendaftarkan merek mereka. Oleh karena itu, diperlukan pedoman lebih rinci untuk menentukan batasan dan klasifikasi kata atau lambang umum yang dilarang dalam pendaftaran merek.

Selain itu, aturan ini juga menjadi langkah penting dalam mendorong inovasi. Dengan melarang penggunaan nama umum, pelaku usaha didorong untuk menciptakan merek yang unik dan kreatif, sehingga mampu membangun identitas merek yang kuat di pasar. Identitas merek yang kuat tidak hanya membantu konsumen mengenali produk, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi pemilik merek (Semaun, 2016).

Secara keseluruhan, pembatasan penggunaan nama umum dalam pendaftaran merek bertujuan menciptakan ekosistem usaha yang lebih adil dan kompetitif, sekaligus melindungi hak konsumen dan pelaku usaha lain. Namun, implementasi efektif dari aturan ini memerlukan penyempurnaan regulasi dan mekanisme evaluasi yang mendukung penerapan prinsip-prinsip hukum merek secara konsisten.

Pelanggaran merek sering terjadi ketika suatu pihak menggunakan merek pihak lain tanpa izin yang sah, yang dapat merugikan pemilik merek asli. Salah satu isu utama dalam hukum merek adalah penggunaan nama atau kata umum yang bersifat deskriptif.

Secara prinsip, kata atau nama umum yang mendeskripsikan sifat, jenis, atau fungsi barang atau jasa seharusnya tetap menjadi milik publik dan tidak boleh dimiliki secara eksklusif oleh satu pihak. Hal ini bertujuan menjaga keadilan dan akses yang setara bagi semua pelaku usaha dalam menggunakan istilah generik yang diperlukan untuk menggambarkan produk atau jasa mereka.

Jika suatu merek terkenal mengandung unsur kata umum, hal ini berpotensi menciptakan hambatan bagi pelaku usaha lain yang ingin menggunakan kata tersebut dalam merek mereka. Misalnya, kata deskriptif yang menggambarkan karakteristik produk tidak lagi dapat digunakan oleh pihak lain, meskipun relevan dengan barang atau jasa mereka. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakadilan dan menekan persaingan sehat di pasar (Sulastri et al., 2018).

Eksklusivitas atas nama atau kata umum dapat menyebabkan monopoli terhadap istilah yang seharusnya bersifat bebas, mengurangi fleksibilitas dan inovasi dalam pengembangan merek baru. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan regulasi yang ketat dalam mencegah pendaftaran merek dengan unsur kata umum, sekaligus menyediakan pedoman yang jelas mengenai klasifikasi dan batasan istilah deskriptif. Hal ini tidak hanya melindungi hak pemilik merek yang sah, tetapi juga menjaga keseimbangan kepentingan antar pelaku usaha dan memastikan persaingan usaha yang adil.

Suatu merek dikatakan memiliki daya pembeda apabila memenuhi salah satu dari kriteria berikut (Utama et al., 2021):

1. Menggunakan kata temuan atau kata fantasi, yaitu istilah yang secara khusus diciptakan oleh pemilik merek dan pada awal penggunaannya hanya memiliki makna sebagai merek dagang semata.
2. Memanfaatkan kata umum yang tidak memiliki hubungan dengan jenis barang atau jasa yang didaftarkan.
3. Mengadopsi kata umum yang tidak memiliki kaitan langsung maupun tersirat dengan jenis barang atau jasa terkait.
4. Memakai kata umum yang bersifat deskriptif tetapi telah memperoleh daya pembeda melalui makna tambahan atau makna sekunder yang telah dikenal oleh konsumen.

Dalam praktiknya, banyak permohonan pendaftaran merek yang menggunakan kata-kata umum serupa antara satu merek dengan lainnya. Namun, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis belum memberikan klasifikasi atau kriteria yang jelas mengenai kata-kata apa saja yang dapat dianggap sebagai kata umum. Padahal, pengaturan mengenai kriteria tingkat daya pembeda sangat diperlukan untuk menciptakan kepastian hukum dalam menentukan apakah suatu merek memiliki daya pembeda.

Menurut Prof. Dr. Rahmi Jened dalam bukunya Hukum Merek (*Trademark Law*), permohonan pendaftaran merek generik untuk memperoleh hak eksklusif harus ditolak. Hal ini disebabkan oleh potensi dampaknya yang dapat menciptakan monopoli, tidak hanya terhadap tanda yang digunakan sebagai merek, tetapi juga terhadap produk itu sendiri. Akibatnya, merek tersebut kehilangan daya saing karena tidak dapat secara efektif merepresentasikan nama produk yang dijual (Simamora et al., 2024).

Pembatasan hak eksklusif terhadap penggunaan kata umum dalam merek didasarkan pada prinsip bahwa sebuah merek harus memiliki daya pembeda yang jelas. Daya pembeda ini penting untuk memastikan bahwa merek tersebut mampu mengidentifikasi barang atau jasa tertentu sebagai milik pemilik merek dan membedakannya dari produk atau layanan lain di pasar. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek yang terdiri dari kata umum atau lambang milik umum tidak dapat didaftarkan. Ketentuan ini bertujuan untuk mencegah monopoli atas istilah yang telah lazim digunakan dalam masyarakat, sehingga memberikan ruang yang adil bagi pelaku usaha lain untuk menggunakan istilah serupa dalam deskripsi produk mereka. Namun, undang-undang ini belum menyediakan klasifikasi atau tolak ukur yang tegas untuk menentukan kata-kata apa saja yang termasuk dalam kategori nama umum (Kowel, 2017).

Pentingnya daya pembeda terletak pada kemampuan merek untuk menciptakan identitas yang unik. Daya pembeda dapat diperoleh melalui beberapa cara, seperti penggunaan kata fantasi atau istilah yang sepenuhnya diciptakan oleh pemilik merek, penggunaan kata umum yang tidak berkaitan dengan jenis barang atau jasa yang didaftarkan, atau melalui makna sekunder di mana kata umum yang awalnya bersifat deskriptif mendapatkan pengakuan khusus karena penggunaan konsisten dan luas dalam konteks merek tertentu. Kendati demikian, dalam praktiknya, penggunaan kata umum dalam merek sering kali menjadi sumber konflik hukum, terutama karena ketiadaan pedoman yang jelas mengenai batasan penggunaan kata tersebut.

Penggunaan kata umum dalam merek berpotensi menciptakan monopoli yang tidak adil, di mana suatu pihak dapat mengklaim hak eksklusif atas istilah yang seharusnya menjadi milik publik. Hal ini dapat menghambat kebebasan pelaku usaha lain untuk menggunakan istilah serupa yang mendeskripsikan produk atau jasa mereka. Selain itu, merek yang menggunakan kata umum sering kali kehilangan ciri khasnya, sehingga sulit membangun identitas yang kuat di pasar. Hal ini bertentangan dengan tujuan utama merek, yaitu memberikan kejelasan dan keunikan dalam membedakan produk atau jasa.

Pengaturan tambahan yang terdapat dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, sebagaimana diubah dengan Nomor 12 Tahun 2021, memberikan pedoman lebih lanjut mengenai pembatasan penggunaan kata umum dalam pendaftaran merek. Meskipun demikian, implementasi aturan ini masih membutuhkan penjelasan lebih rinci terkait tolak ukur

klasifikasi kata umum, mekanisme evaluasi daya pembeda suatu merek, dan perlindungan terhadap pelaku usaha kecil agar tidak terhambat oleh merek-merek yang telah dikenal luas tetapi menggunakan unsur kata umum.

Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk menyusun pedoman resmi mengenai klasifikasi kata umum yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Selain itu, mekanisme evaluasi daya pembeda merek perlu ditingkatkan untuk memastikan bahwa merek yang didaftarkan tidak hanya memenuhi persyaratan hukum, tetapi juga tidak merugikan pelaku usaha lainnya. Dengan demikian, pembatasan hak eksklusif terhadap penggunaan kata umum dalam merek dapat dilakukan secara lebih efektif dan adil, menciptakan keseimbangan antara perlindungan hukum bagi pemilik merek dan kepentingan publik secara luas (Edy, 2016).

#### **D. SIMPULAN**

Pembatasan hak eksklusif terhadap penggunaan kata umum dalam merek bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara perlindungan hukum bagi pemilik merek dan kepentingan publik, sebagaimana diatur dalam Pasal 16 huruf f Permenkumham Merek 12/2021 yang melarang pendaftaran merek dengan nama umum atau lambang milik umum. Ketentuan ini mencegah monopoli atas istilah yang telah dikenal luas, sehingga memberikan ruang yang adil bagi pelaku usaha lain. Namun, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan terkait belum memberikan klasifikasi tegas mengenai kata umum, menciptakan potensi konflik dalam praktik pendaftaran merek. Daya pembeda menjadi elemen penting bagi merek agar dapat berfungsi efektif dalam membedakan produk atau jasa, yang dapat diperoleh melalui penggunaan kata fantasi, kata umum yang tidak terkait dengan barang atau jasa, atau makna sekunder. Oleh karena itu, diperlukan pedoman yang jelas mengenai klasifikasi kata umum dan peningkatan mekanisme evaluasi daya pembeda untuk memastikan penerapan hukum yang adil, melindungi kepentingan publik, dan mendukung persaingan usaha yang sehat.

#### **E. DAFTAR RUJUKAN**

- Edy, S. (2016). Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Melalui Peran Kepabeaan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan dan Kedaulatan Negara. *Jurnal Rechtsvinding*, 5(1). <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v5i1.8>
- Ismoyo, J. D. (2019). *Metode Penelitian Hukum "Mendapatkan Kebenaran Berdasarkan Konsep Hukum."* Depok: Rajawali Pers.
- Kowel, F. H. (2017). Pelindungan Hukum Terhadap Penerima Lisensi Merek Di Indonesia. *Jurnal Lex et Societatis*, 5(3). <https://doi.org/10.35796/les.v5i3.15575>
- Rahmatullah, I. (2015). Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Melalui Ratifikasi Perjanjian Lisabon. *Jurnal Cita Hukum*, 1(2).

<https://doi.org/10.15408/jch.v1i2.1470>

- Rajo, G. (2022). Awareness and Strategies of the implementation of the Law on Intellectual Property Rights in the State Universities and Colleges in Western Visayas. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 208–250. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijsms-v5i2p121>
- Sari, N. (2009). Pentingnya Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Era Globalisasi. *QISTIE*, 3(3). <https://doi.org/10.31942/jqi.v3i3.578>
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 14(1). <https://doi.org/10.35905/diktum.v14i1.227>
- Simamora, R., Permata, R., & Sudaryat, S. (2024). Implikasi Penggunaan Kata Umum dalam Pendaftaran Merek Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Comserva : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 673–679. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i3.1407>
- Sinal, M., Widaningsih, Muqit, A., Himmah, D., & Sukadi, I. (2023). Penguatan Sentra Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Perguruan Tinggi sebagai Upaya Perlindungan Hukum terhadap Kekayaan Intelektual. *Peradaban Journal of Law and Society*, 2(2), 184–200. <https://doi.org/10.59001/pjls.v2i2.136>
- Sulasno, S. (2015). Lisensi Hak Kekayaan Intelektual (Hki) Dalam Perspektif Hukum Perjanjian Di Indonesia. *Adil: Jurnal Hukum*, 3(2), 352. <https://doi.org/10.33476/ajl.v3i2.61>
- Sulastri, S., Satino, S., & W, Y. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis*, 5(1), 160. <https://doi.org/10.35586/v5i1.321>
- Utama, Y., Pertama, R., & Mayana, R. F. (2021). Pelindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau Dari Doktrin Dilusi Merek Di Indonesia. *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 5(1). <https://doi.org/10.23920/acta.v5i1.486>